ABSTRAK

Penelitian ini betujuan untuk menguji pengaruh citra merek, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada *lipstick* PIXY di Kota Semarang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* sebagai variabel independen dan minat beli sebegai variabel dependen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 orang responden berdomisili di Semarang yang mempunyai minat beli terhadap produk *lipstick* PIXY.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan kuisioner sebagai metode pengumpulan data. Analisis yang digunakan adalah Analisis Linear Berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS 23.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, dan *electronic word of mouth*, minat beli.

SEMARANG
FEB UNDIP